

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Deskripsi Data**

##### **1. Gambaran Umum *Showroom* Rizki Mobil Tulungagung**

*Showroom* Rizki Mobil Tulungagung merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jual beli mobil bekas. Sebelum bergerak di bidang jual beli mobil bekas, perusahaan ini merupakan *showroom* motor bekas yang didirikan oleh bapak Anajib pada tahun 2007 di desa Bolorejo Tulungagung.

Beberapa tahun kemudian, tepatnya bulan Maret tahun 2012 *showroom* yang menjual motor bekas ini berkembang menjadi *showroom* mobil bekas yang beralamat di Jalan Ki Mangun Sarkoro No.4 Beji, Boyolangu, Kabupaten Tulungagung. Dari tahun ke tahun usaha jual beli mobil bekas semakin berkembang. Pada tahun 2016 tepatnya bulan Desember *showroom* ini membuka cabang di Jalan Pahlawan No. 132 Kedungwaru, Tulungagung yang diberi nama Rizki Mobil 2.

##### **2. Profil Responden**

Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli di *showroom* Rizki Mobil Tulungagung yaitu sebanyak 400 orang yang diambil dari data penjualan bulan Januari sampai dengan September 2017. Adapun jumlah sampel yang ditentukan sebanyak 80 konsumen atau pembeli dengan

teknik *sampling kuota*. Setiap responden diberikan angket untuk memberikan jawaban atas pernyataan yang telah disediakan oleh peneliti.

### 3. Karakteristik Responden

Karakteristik dalam penelitian ini dibagi menjadi dua karakteristik responden yang terdiri dari jenis kelamin dan asal kota. Karakteristik responden disajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 4.1**  
**JENIS KELAMIN RESPONDEN**

Jenis Kelamin	Banyaknya Responden	Presentase (%)
Laki-laki	48	60%
Perempuan	32	40%
Total	80	100%

Sumber: Data primer diolah, 2017

Tabel 4.1 menunjukkan mayoritas pembeli di *showroom* Rizki Mobil Tulungagung berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 48 orang atau 60% dari pembeli berjenis kelamin perempuan. Sedangkan pembeli yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 32 orang atau 40% dari pembeli berjenis kelami laki-laki.

**Tabel 4.2**  
**ASAL KOTA RESPONDEN**

Asal Kota	Banyaknya Responden	Presentase (%)
Kota Tulungagung	53	66,25%
Luar Kota Tulungagung	27	33,75%
Total	801	100%

Sumber: Data primer diolah, 2017

Tabel 4.2 menunjukkan mayoritas pembeli di *showroom* Rizki Mobil Tulungagung berasal dari kota Tulungagung yaitu sebanyak 53 orang atau 66,25% dari pembeli yang berasal dari luar kota Tulungagung. Sedangkan pembeli yang berasal dari luar kota Tulungagung sebanyak 27 orang atau 33,75% dari pembeli yang berasal dari kota Tulungagung.

#### 4. Deskripsi Variabel

Dari angket yang telah peneliti sebarakan kepada responden yang terdiri dari 23 pernyataan dan dibagi 8 kategori yaitu :

- a. Lima pernyataan digunakan untuk mengetahui faktor produk (*product*) yang ada di *Showroom* Rizki Mobil Tulungagung yang diukur dari variabel *product* (X1).
- b. Enam pernyataan digunakan untuk mengetahui faktor harga (*price*) yang telah ditetapkan oleh *Showroom* Rizki Mobil Tulungagung yang diukur dari variabel *price* (X2).
- c. Lima pernyataan digunakan untuk mengetahui faktor lokasi (*place*) di *Showroom* Rizki Mobil Tulungagung yang diukur dari variabel *place* (X3).

- d. Lima pernyataan digunakan untuk mengetahui faktor promosi (*promotion*) yang dilakukan oleh *Showroom* Rizki Mobil Tulungagung yang diukur dari variabel *promotion* (X4).
- e. Empat pernyataan digunakan untuk mengetahui faktor bukti fisik (*physical evidence*) yang ada di *Showroom* Rizki Mobil Tulungagung yang diukur dari variabel *physical evidence* (X5).
- f. Tiga pernyataan digunakan untuk mengetahui faktor orang (*people*) yang ada di *Showroom* Rizki Mobil Tulungagung yang diukur dari variabel *people* (X6).
- g. Dua pernyataan digunakan untuk mengetahui faktor proses (*process*) yang dilakukan oleh *Showroom* Rizki Mobil Tulungagung yang diukur dari variabel *process* (X7).
- h. Lima pernyataan digunakan untuk mengetahui faktor keputusan pembelian di *Showroom* Rizki Mobil Tulungagung yang diukur dari variabel keputusan pembelian (Y).

Hasil yang diperoleh dari jawaban responden sebagaimana akan dipaparkan pada tabel berikut ini:

- a. Variabel *Product* (X1)

Tanggapan responden mengenai *product* yang terdiri dari lima pernyataan adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.3**

Jawaban	Jumlah	Presentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	0	0%
Netral	43	11%
Setuju	196	40%
Sangat Setuju	161	49%
Total	400	100%

Sumber: Data primer diolah, 2017

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa variabel *product* yang diwakili oleh lima item pernyataan sebanyak 11% responden menyatakan netral, sedangkan 40% menyatakan setuju, dan 49% menyatakan sangat setuju.

b. Variabel *Price* (X2)

Tanggapan responden mengenai *price* yang terdiri dari enam pernyataan adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.4**

Jawaban	Jumlah	Presentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	2	1%
Netral	86	18%
Setuju	253	53%
Sangat Setuju	139	28%
Total	480	100%

Sumber: Data primer diolah, 2017

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa variabel *price* yang diwakili oleh enam item pernyataan sebanyak 1% responden menyatakan tidak setuju, 18% responden menyatakan netral, 53% responden menyatakan setuju, dan 28% menyatakan sangat setuju.

c. Variabel *Place* (X3)

Tanggapan responden mengenai *place* lima pernyataan adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.5**

Jawaban	Jumlah	Presentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	2	1%
Netral	46	11%
Setuju	221	55%
Sangat Setuju	131	33%
Total	400	100%

Sumber: Data primer diolah, 2017

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa variabel *place* yang diwakili oleh lima item pernyataan sebanyak 1% responden menyatakan tidak setuju, 11% responden menyatakan netral, 55% responden menyatakan setuju, dan 33% menyatakan sangat setuju.

d. Variabel *Promotion* (X4)

Tanggapan responden mengenai *promotion* yang terdiri dari lima pernyataan adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.6**

Jawaban	Jumlah	Presentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	2	1%
Netral	76	19%
Setuju	231	58%
Sangat Setuju	91	22%
Total	400	100%

Sumber: Data primer diolah, 2017

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa variabel *place* yang diwakili oleh lima item pernyataan sebanyak 1% responden menyatakan

tidak setuju, 19% responden menyatakan netral, 58% responden menyatakan setuju, dan 22% menyatakan sangat setuju.

e. Variabel *Physical Evidence* (X5)

Tanggapan responden mengenai *physical evidence* yang terdiri dari empat pernyataan adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.7**

Jawaban	Jumlah	Presentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	0	0%
Netral	76	24%
Setuju	171	53%
Sangat Setuju	73	23%
Total	320	100%

Sumber: Data primer diolah, 2017

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa variabel *physical evidence* yang diwakili oleh empat item pernyataan sebanyak 24% responden menyatakan netral, 53% responden menyatakan setuju, dan 23% menyatakan sangat setuju.

f. Variabel *People* (X6)

Tanggapan responden mengenai *people* yang terdiri dari tiga pernyataan adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.8**

Jawaban	Jumlah	Presentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	1	1%
Netral	25	10%
Setuju	120	50%
Sangat Setuju	94	39%
Total	240	100%

Sumber: Data primer diolah, 2017

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa variabel *people* yang diwakili oleh tiga item pernyataan sebanyak 1% responden menyatakan tidak setuju, 25% responden menyatakan netral, 50% responden menyatakan setuju, dan 39% menyatakan sangat setuju.

g. Variabel *Process* (X7)

Tanggapan responden mengenai *process* yang terdiri dari dua pernyataan adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.9**

Jawaban	Jumlah	Presentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	1	1%
Netral	21	13%
Setuju	95	59%
Sangat Setuju	43	27%
Total	160	100%

Sumber: Data primer diolah, 2017

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa variabel *process* yang diwakili oleh dua item pernyataan sebanyak 1% responden



menyatakan tidak setuju, 13% responden menyatakan netral, 59% responden menyatakan setuju, dan 27% menyatakan sangat setuju.

#### h. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Tanggapan responden mengenai keputusan pembelian yang terdiri dari lima pernyataan adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.10**

Jawaban	Jumlah	Presentase
Sangat Tidak Setuju	0	0%
Tidak Setuju	3	1%
Netral	63	16%
Setuju	226	56%
Sangat Setuju	108	27%
Total	400	100%

Sumber: Data primer diolah, 2017

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian yang diwakili oleh lima item pernyataan sebanyak 1% responden menyatakan tidak setuju, 16% responden menyatakan netral, 56% responden menyatakan setuju, dan 27% menyatakan sangat setuju.

## B. Pengujian Hipotesis

### 1. Uji Validitas

Suatu data kuesioner dikatakan valid apabila data tersebut menunjukkan  $r_{hitung}$  lebih besar dari pada  $r_{tabel}$ . Berikut ini adalah hasil pengujian data menggunakan *SPSS 16.0*:

**Tabel 4.11**  
**HASIL UJI VALIDITAS *PRODUCT* (X1)**

No. Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
X1.1	0,463	0,2199	Valid
X1.2	0,680	0,2199	Valid
X1.3	0,624	0,2199	Valid
X1.4	0,590	0,2199	Valid
X1.5	0,593	0,2199	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan pengujian pada tabel validitas, diketahui bahwa  $r_{hitung}$  lebih besar dari pada  $r_{tabel}$ . Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari *product* yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

**Tabel 4.12**  
**HASIL UJI VALIDITAS *PRICE* (X2)**

No. Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
X2.1	0,532	0,2199	Valid
X2.2	0,592	0,2199	Valid
X2.3	0,589	0,2199	Valid
X2.4	0,317	0,2199	Valid
X2.5	0,585	0,2199	Valid
X2.6	0,467	0,2199	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan pengujian pada tabel validitas, diketahui bahwa  $r_{hitung}$  lebih besar dari pada  $r_{tabel}$ . Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari *price* yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

**Tabel 4.13**  
**HASIL UJI VALIDITAS *PLACE* (X3)**

No. Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
X3.1	0,742	0,2199	Valid
X3.2	0,722	0,2199	Valid
X3.3	0,345	0,2199	Valid
X3.4	0,469	0,2199	Valid
X3.5	0,593	0,2199	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan pengujian pada tabel validitas, diketahui bahwa  $r_{hitung}$  lebih besar dari pada  $r_{tabel}$ . Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari *place* yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

**Tabel 4.14**  
**HASIL UJI VALIDITAS *PROMOTION* (X4)**

No. Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
X4.1	0,731	0,2199	Valid
X4.2	0,696	0,2199	Valid
X4.3	0,672	0,2199	Valid
X4.4	0,596	0,2199	Valid
X4.5	0,563	0,2199	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan pengujian pada tabel validitas, diketahui bahwa  $r_{hitung}$  lebih besar dari pada  $r_{tabel}$ . Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari *promotion* yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

**Tabel 4.15**  
**UJI VALIDITAS *PHYSICAL EVIDENCE* (X5)**

No. Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
X5.1	0,705	0,2199	Valid
X5.2	0,719	0,2199	Valid
X5.3	0,636	0,2199	Valid
X5.4	0,633	0,2199	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan pengujian pada tabel validitas, diketahui bahwa  $r_{hitung}$  lebih besar dari pada  $r_{tabel}$ . Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari *physical evidence* yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

**Tabel 4.16**  
**UJI VALIDITAS *PEOPLE* (X6)**

No. Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
X6.1	0,782	0,2199	Valid
X6.2	0,874	0,2199	Valid
X6.3	0,777	0,2199	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan pengujian pada tabel validitas, diketahui bahwa  $r_{hitung}$  lebih besar dari pada  $r_{tabel}$ . Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari *people* yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

**Tabel 4.17**  
**UJI VALIDITAS *PROCESS* (X7)**

No. Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
X7.1	0,860	0,2199	Valid
X7.2	0,898	0,2199	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan pengujian pada tabel validitas, diketahui bahwa  $r_{hitung}$  lebih besar dari pada  $r_{tabel}$ . Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari *process* yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

**Tabel 4.18**  
**UJI VALIDITAS KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)**

No. Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Y.1	0,583	0,2199	Valid
Y.2	0,720	0,2199	Valid
Y.3.	0,796	0,2199	Valid
Y.4	0,840	0,2199	Valid
Y.5	0,607	0,2199	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan pengujian pada tabel validitas, diketahui bahwa  $r_{hitung}$  lebih besar dari pada  $r_{tabel}$ . Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari keputusan pembelian yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid.

## 2. Uji Reliabilitas

**Tabel 4.19**  
**HASIL UJI RELIABILITAS**

No. Item	<i>Croanbach's Alpha</i>	Keterangan
X1	0,710	Reliable
X2	0,669	Reliable
X3	0,606	Reliable
X4	0,658	Reliable
X5	0,667	Reliable
X6	0,735	Reliable
X7	0,703	Reliable
Y	0,762	Reliable

Sumber: Data primer diolah, 2017

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa indikator yang digunakan oleh variabel *product, price, place, promotion, physical evidence, people, process* dan keputusan pembelian dapat dipercaya atau handal untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

## 3. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametric. Untuk mengetahui apakah data ini berdistribusi normal atau tidak maka dilakukan pengujian dengan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov*.

Berikut ini adalah hasil pengujian dengan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov*.

**Tabel 4.20**  
**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.32714270
Most Extreme Differences	Absolute	.053
	Positive	.047
	Negative	-.053
Kolmogorov-Smirnov Z		.477
Asymp. Sig. (2-tailed)		.977

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data primer diolah, 2017

Dari tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh angka probabilitas atau *Asymp. Sig. (2-tailed)*. Dengan menggunakan taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$ . Terima H1 jika nilai signifikansi  $> 0,05$  dan tolak HO jika nilai signifikansi  $< 0,05$ .

HO = Data tidak berdistribusi normal.

H1 = Data berdistribusi normal.

Dari tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* sig data untuk *product, price, place, promotion, physical evidence, people, process* dan keputusan pembelian adalah 0,977 maka lebih besar dari 0,05 ( $0,977 > 0,05$ ) sehingga data berdistribusi normal.

#### 4. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas timbul sebagai akibat adanya hubungan antara dua variabel bebas atau lebih atau adanya kenyataan antara dua variabel penjelas atau lebih bersama-sama dipengaruhi variabel ketiga yang berada di luar model. Untuk mendeteksi uji multikolinieritas dinyatakan jika nilai Variance Inflation Factor (VIF) tidak lebih dari 10 maka model bebas dari multikolinieritas.

Berikut adalah hasil pengujian dengan multikolinieritas:

**Tabel 4.21**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

##### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.932	3.595		1.094	.278		
Product	.724	.131	.430	5.538	.000	.872	1.147
Price	.274	.110	.221	2.486	.015	.665	1.503
Place	.271	.122	.200	2.224	.029	.650	1.538
Promotion	.292	.144	.164	2.026	.046	.805	1.242
Physical_Evidence	.055	.101	.047	.545	.587	.712	1.404
People	.237	.110	.179	2.156	.034	.759	1.318
Process	-.139	.163	-.074	-.854	.396	.691	1.448

a. Dependent Variable:

Keputusan\_Pembelian

Sumber: Data primer diolah, 2017



Berdasarkan tabel multikolinearitas diketahui bahwa nilai VIF untuk *product* (X1) adalah 1,147, *price* (X2) adalah 1,503, *place* (X3) adalah 1,538, *promotion* (X4) adalah 1,242, *physical evidence* (X5) adalah 1,404, *people* (X6) adalah 1,318, dan *process* (X7) adalah 1,448. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yaitu *product*, *price*, *place*, *promotion*, *physical evidence*, *people*, dan *process* terbebas dari asumsi klasik multikolinearitas, karena hasilnya  $<10$ .

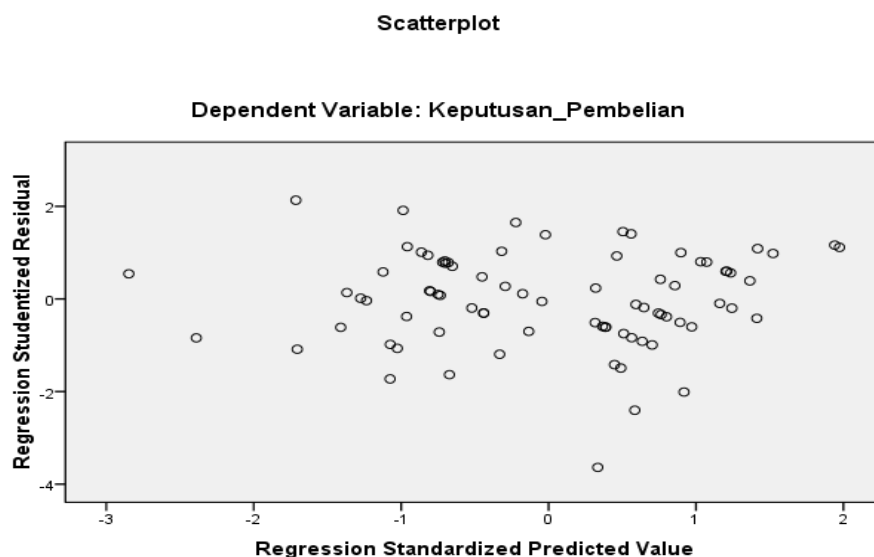
#### **b. Uji Heteroskedastisitas**

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *scatterplot* model tersebut. Tidak terdapat heteroskedastisitas jika :

- 1) Penyebaran titik- titik data sebaiknya tidak berpola.
- 2) Titik- titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekar angka 0.
- 3) Titik- titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.

Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas.

**Gambar 4.1**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Sumber: Data primer diolah, 2017

Dari tabel *Scatterplot* diatas menunjukkan bahwa titik menyebar secara acak dan tidak membentuk sebuah pola. Hal ini dapat disimpulkan bahwa penelitian ini terbebas dari asumsi heteroskedastisitas.

Untuk memperkuat tidak terjadinya heteroskedastisitas pada table *scatterplot*, maka perlu uji hipotesis yaitu menggunakan uji glejser. Uji glejser dilakukan dengan cara meregresikan antara variable bebas dengan absolute residual  $> 0,05$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Tabel 4.22**  
**Uji Glejser**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.266	2.127		.595	.554
Product	.125	.077	.196	1.609	.112
Price	.021	.065	.046	.328	.744
Place	-.070	.072	-.138	-.976	.332
Promotion	-.041	.085	-.062	-.487	.628
Physical_Evidence	.018	.060	.040	.299	.766
People	-.034	.065	-.069	-.529	.599
Process	-.008	.096	-.012	-.087	.931

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan uji glejser di atas menunjukkan bahwa nilai sig variable *product* 0,112 > 0,05, variabel *price* 0,744 > 0,05, variabel *place* 0,332 > 0,05, variabel *promotion* 0,628 > 0,05, variabel *physical evidence* 0,766 > 0,05, variabel *people* 0,599 > 0,05 dan variabel *process* 0,931 > 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa penelitian ini terbebas dari asumsi hesteroskedastisitas karena nilai sig variabel *product*, *price*, *place*, *promotion*, *physical evidence*, *people* dan *process* lebih dari 0,05.

## 5. Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 4.23**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.932	3.595		1.094	.278		
Product	.724	.131	.430	5.538	.000	.872	1.147
Price	.274	.110	.221	2.486	.015	.665	1.503
Place	.271	.122	.200	2.224	.029	.650	1.538
Promotion	.292	.144	.164	2.026	.046	.805	1.242
Physical_Evidence	.055	.101	.047	.545	.587	.712	1.404
People	.237	.110	.179	2.156	.034	.759	1.318
Process	-.139	.163	-.074	-.854	.396	.691	1.448

a. Dependent Variable:

Keputusan\_Pembelian

Sumber: Data primer diolah, 2017

Dari tabel coefficients diperoleh persamaan regresi linier berganda dengan hasil sebagai berikut:

$$Y = 3,932 + 0,724 X_1 + 0,274 X_2 + 0,271 X_3 + 0,292 X_4 + 0,055 X_5 + 0,237 X_6 - 0,139 X_7$$

Hasil dari persamaan regresi linier di atas dapat diartikan sebagai berikut:

- a. Ketika variabel *product*, *price*, *place*, *promotion*, *physical evidence*, *people*, dan *process* bernilai constant maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 3,932 atau 393,2%.
- b. Ketika variabel *product* mengalami peningkatan satu model variabel  $X_1$  maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,724 atau 72,4%.  
“Tanda positif (+) pada angka 0,724 menunjukkan bahwa variabel *product* terhadap keputusan pembelian adalah berhubungan positif”
- c. Ketika variabel *price* mengalami peningkatan satu model  $X_2$  maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,742 atau 74,2%.  
“Tanda positif (+) pada angka 0,742 menunjukkan bahwa variabel *price* terhadap keputusan pembelian adalah berhubungan positif”.
- d. Ketika variabel *place* mengalami peningkatan satu model  $X_3$  maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,271 atau 27,1%.  
“Tanda positif (+) pada angka 0,271 menunjukkan bahwa variabel *place* terhadap keputusan pembelian adalah berhubungan positif”.
- e. Ketika variabel *promotion* mengalami peningkatan satu model  $X_4$  maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,292 atau 29,2%.

“Tanda positif (+) pada angka 0,292 menunjukkan bahwa variabel *promotion* terhadap keputusan pembelian adalah berhubungan positif”.

- f. Ketika variabel *physical evidence* mengalami peningkatan satu model  $X_5$  maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,055 atau 5,5%.

“Tanda positif (+) pada angka 0,055 menunjukkan bahwa variabel *physical evidence* terhadap keputusan pembelian adalah berhubungan positif”.

- g. Ketika variabel *people* mengalami peningkatan satu model  $X_6$  maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,237 atau 23,7%.

“Tanda positif (+) pada angka 0,237 menunjukkan bahwa variabel *people* terhadap keputusan pembelian adalah berhubungan positif”.

- h. Ketika variabel *process* mengalami peningkatan satu model  $X_7$  maka keputusan pembelian akan menurun sebesar 0,139 atau 13,9%.

“Tanda negatif (-) pada angka -0,139 menunjukkan bahwa variabel *process* terhadap keputusan pembelian adalah berhubungan negatif”.

## 6. Uji Hipotesis

### a. Uji-t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, dimana jika nilai t hitung lebih besar daripada t

tabel maka uji regresi dikatakan signifikan. Atau dengan melihat angka signifikasinya. Jika nilai sig. lebih kecil dari 0.05 maka secara parsial variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

**Tabel 4.24**  
**Hasil Uji-t**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.932	3.595		1.094	.278		
Product	.724	.131	.430	5.538	.000	.872	1.147
Price	.274	.110	.221	2.486	.015	.665	1.503
Place	.271	.122	.200	2.224	.029	.650	1.538
Promotion	.292	.144	.164	2.026	.046	.805	1.242
Physical_Evidence	.055	.101	.047	.545	.587	.712	1.404
People	.237	.110	.179	2.156	.034	.759	1.318
Process	-.139	.163	-.074	-.854	.396	.691	1.448

a. Dependent Variable:

Keputusan\_Pembelian

Sumber: Data primer diolah, 2017

- 1) Pengujian hipotesis menggunakan SPSS yang terdapat pada tabel coefficients menunjukkan hasil dari nilai signifikan variabel *product* yaitu sebesar 0,000. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara *product* terhadap keputusan pembelian karena  $0,000 < 0,05$ .

- 2) Pengujian hipotesis menggunakan SPSS yang terdapat pada tabel coefficients menunjukkan hasil dari nilai signifikan variabel *price* yaitu sebesar 0,015. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara *price* terhadap keputusan pembelian karena  $0,015 < 0,05$ .
- 3) Pengujian hipotesis menggunakan SPSS yang terdapat pada tabel coefficients menunjukkan hasil dari nilai signifikan variabel *place* yaitu sebesar 0,029. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara *place* terhadap keputusan pembelian karena  $0,029 < 0,05$ .
- 4) Pengujian hipotesis menggunakan SPSS yang terdapat pada tabel coefficients menunjukkan hasil dari nilai signifikan variabel *promotion* yaitu sebesar 0,046. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara *promotion* terhadap keputusan pembelian karena  $0,046 < 0,05$ .
- 5) Pengujian hipotesis menggunakan SPSS yang terdapat pada tabel coefficients menunjukkan hasil dari nilai signifikan variabel *physical evidence* yaitu sebesar 0,587. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang tidak signifikan antara *physical evidence* terhadap keputusan pembelian karena  $0,587 > 0,05$ .
- 6) Pengujian hipotesis menggunakan SPSS yang terdapat pada tabel coefficients menunjukkan hasil dari nilai signifikan variabel *people* yaitu sebesar 0,034. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang



signifikan antara *people* terhadap keputusan pembelian karena  $0,034 < 0,05$ .

- 7) Pengujian hipotesis menggunakan SPSS yang terdapat pada tabel coefficients menunjukkan hasil dari nilai signifikan variabel *process* yaitu sebesar 0,396. Hal ini berarti terdapat pengaruh yang tidak signifikan antara *process* terhadap keputusan pembelian karena  $0,396 > 0,05$ .

#### b. Uji-F

Untuk mengetahui apakah variabel *product*, *price*, *place*, *promotion*, *physical evidence*, *people*, dan *process* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dapat dilakukan dengan cara menguji menggunakan tabel anova. Apabila nilai sig  $< 0,05$  maka ketujuh variabel bebas tersebut secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Tabel 4.25**  
**Hasil Uji F**

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	229.057	7	32.722	16.932	.000 <sup>a</sup>
	Residual	139.143	72	1.933		
	Total	368.200	79			

a. Predictors: (Constant), Process, People, Product, Promotion, Price, Physical\_Evidence, Place

b. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian

Sumber: Data primer diolah, 2017

Dari tabel anova di atas menunjukkan bahwa nilai signifikan adalah 0,000. Ini berarti variabel *product*, *price*, *place*, *promotion*, *physical evidence*, *people*, dan *process* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sehingga menjadi estimator yang baik.

## 7. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel *independen* terhadap variabel *dependen*, dengan melihat nilai *Adjusted R Square* dari data tabel *Model Summary*.

**Tabel 4.26**  
**Hasil Analisis Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.837 <sup>a</sup>	.701	.672	1.337	1.200

a. Predictors: (Constant), Process, Physical\_Evidence, People, Place, Promotion, Product, Price

b. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian

Berdasarkan tabel 4.25 diatas dapat diketahui bahwa *R square* atau koefisien determinasi sebesar 0,701 dan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,672 atau 67,2% , artinya jumlah keputusan pembelian konsumen dapat dijelaskan oleh variabel *product*, *price*, *place*, *promotion*, *physical evidence*, *people*, dan *process* sebesar 67,2%, sedangkan 32,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.